

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RUMAH ADAT DI KABUPATEN BANDUNG

Oleh:

Prof. Dr. H. Haryono Sudriamunawar, M.S
Yudhaswara Januarharyono, S.Sos., M.Si
Resty Fauziyah
Meisye Yova Ningsih

ABSTRAK

Pada masa sekarang dalam perkembangannya suatu wilayah lebih mengedepankan aspek-aspek modern dalam pengembangannya, sehingga bangunan maupun kawasan di suatu wilayah yang mengandung nilai sejarah dan budaya terekspansi akan perkembangan tersebut. Bangunan maupun kawasan Cagar Budaya tersebut terus tergerus eksistensinya dalam perkembangan suatu kota atau wilayah. Bahkan beberapa bangunan tua dibiarkan begitu saja tanpa ada perlindungan dan perawatan. Padahal salah satu tolak ukur tinggi rendahnya peradaban suatu bangsa dapat dilihat dari peninggalan Cagar Budayanya. Cagar Budaya biasanya merupakan benda, tempat, kawasan dan struktur yang dihasilkan oleh sekelompok orang atau komunitas yang menyangkut hasil karya budaya sesuai dengan zamannya. Oleh karena itu pemajuan kebudayaan harus dilakukan untuk kontribusi Indonesia dalam peradaban dunia, sehingga proses modernisasi tidak menjadi halangan dalam pemajuan kebudayaan tetapi semestinya dengan proses modernisasi yang tidak meninggalkan nilai sejarah dan budaya pada suatu tempat itu akan menciptakan nilai tambah yaitu antara aspek sejarah serta budaya dan perkembangan zaman yang saling beriringan. Selain itu mempertahankan nilai sejarah dan budaya pada suatu tempat atau bisa disebut Cagar Budaya dapat berdampak terhadap aspek ekonomi suatu daerah dengan menjaga dan melestarikan kawasan Cagar Budaya tersebut dengan salah satu cara menjadikan kawasan wisata edukasi dan budaya.

Salah satu yang dapat dilakukan dalam melestarikan Cagar Budaya yaitu melakukan pengembangan terhadap wisata Rumah Adat. Begitu pula yang dapat dilakukan di Kabupaten Bandung, dengan kehadiran beberapa Rumah Adat di Kabupaten Bandung, maka hal tersebut dapat berpotensi terhadap pengembangan di sektor wisata juga sebagai upaya dalam melestarikan Cagar Budaya di Kabupaten Bandung.

Kata kunci : Cagar Budaya, Rumah Adat, Pengembangan

ABSTRACT

At present in the development of an area more emphasis on modern aspects of its development, so that buildings and areas in an area that contains historical and cultural values will be expanded to these developments. The building or area of the Cultural Heritage continues to erode its existence in the development of a city or region. Even some old buildings are left without protection and care. Whereas one of the benchmarks of high and

low civilization of a nation can be seen from the legacy of its Cultural Heritage. Cultural Heritage is usually an object, place, region and structure produced by a group of people or a community that involves cultural works in accordance with the era. Therefore the promotion of culture must be made for Indonesia's contribution in world civilization, so that the process of modernization does not become an obstacle in the advancement of culture but should the process of modernization that does not leave historical and cultural values in a place that will create added value, namely between aspects of history and culture and the development of the times together. Besides maintaining the historical and cultural values in a place or can be called a Cultural Heritage can have an impact on the economic aspects of an area by maintaining and preserving the Cultural Heritage area by one way of making the education and cultural tourism area.

One thing that can be done in preserving the Cultural Heritage is to develop the tourism of the Traditional House. Likewise, what can be done in Bandung Regency, with the presence of several Customary Houses in Bandung Regency, then this can have the potential for development in the tourism sector as well as efforts to preserve the Cultural Heritage in Bandung Regency.

Keywords: Cultural Heritage, Traditional Houses, Development

A. Pendahuluan

Kabupaten Bandung merupakan wilayah yang berpotensi sebagai destinasi pariwisata, terutama dalam hal kekayaan alam juga tempat-tempat yang dijadikan sebagai Cagar Budaya. Cagar Budaya yang berada di Kabupaten Bandung merupakan warisan yang benar-benar harus dijaga dan dilindungi. Berdasarkan kekayaan alam dan keberadaan Cagar Budaya yang dimiliki maka tidak heran jika Kabupaten Bandung menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Jawa Barat. Sudah seharusnya pengembangan terhadap Cagar Budaya harus dilakukan, terlebih lagi adanya Cagar Budaya tersebut dapat dijadikan sebagai obyek wisata di Kabupaten Bandung sehingga Cagar Budaya yang ada dapat terawat, terpelihara dan terus lestari.

Cagar Budaya merupakan warisan budaya yang harus dilestarikan keberadaannya menurut pasal 53 ayat 1 UU No. 11 tahun 2010 pelestarian Cagar

Budaya dilakukan berdasarkan hasil studi kelayakan yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis, teknis dan administratif. Salah satu yang dapat dilakukan dalam rangka pelestarian Cagar Budaya yaitu dengan proses pengembangan Cagar Budaya. Pada pasal 78 UU No. 11 tahun 2010 yang dimaksud dengan pengembangan Cagar Budaya yaitu dilakukan dengan memperhatikan prinsip kemanfaatan, keamanan, keterawatan, keaslian, dan nilai-nilai yang melekat padanya untuk memacu pengembangan ekonomi yang hasilnya digunakan untuk pemeliharaan Cagar Budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu hal yang dapat dilakukan dalam rangka pengembangan Cagar Budaya yaitu kegiatan revitalisasi Cagar Budaya. Revitalisasi merupakan proses atau cara untuk menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya tidak berdaya menjadi penting kembali. Pada pasal 80 UU No. 11 tahun 2010 dijelaskan bahwa revitalisasi potensi Situs Cagar

Budaya atau Kawasan Cagar Budaya memperhatikan tata ruang, tata letak, fungsi sosial dan/atau lanskap budaya asli berdasarkan kajian yang dilakukan dengan menata kembali fungsi ruang, nilai budaya dan penguatan informasi tentang Cagar Budaya.

Rumah Adat merupakan Cagar Budaya yang berpotensi untuk dijadikan sebagai obyek wisata. Begitu pula dengan Rumah Adat di Kabupaten Bandung yaitu Rumah Adat Cikondang dan Situs Bumi Alit Kabuyutan. Rumah Adat tersebut tentunya perlu dikelola dan dikembangkan dengan baik sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat setempat ataupun masyarakat luas.

B. Studi Pustaka

Membuat suatu karya ilmiah dibutuhkan data dan informasi yang menunjang untuk keberhasilan penyelesaian penulisan karya ilmiah tersebut. Data dan informasi yang aktual, terpercaya serta relevansi pada suatu obyek yang diteliti akan menambahkan nilai guna baru dalam menentukan keabsahan, serta digunakan untuk menentukan cara atau teknik dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Oleh karena itu, adanya studi penelitian terdahulu yang relevan sangat dibutuhkan oleh para peneliti, hal ini karena data dan informasi tersebut baik yang bersifat umum maupun fakta ilmiah akan dijadikan acuan yang mendasar sebagai langkah awal dalam mempertimbangkan kemungkinan untuk dilanjutkan atau dihentikannya rencana penelitian tersebut.

1. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen Strategis menurut Pearce dan Robinson dalam Sedarmayanti (2014:3) menyatakan bahwa “Manajemen Strategis adalah kumpulan dan tindakan

yang menghasilkan perumusan (formulasi) dan pelaksanaan (implementasi) rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah rencana-rencana yang telah direncanakan sesuai sasaran yang akan dicapai sehingga menghasilkan perumusan yang tepat dan pelaksanaan kegiatan organisasi dapat terlaksana dengan baik.

Sedangkan menurut Hunger dan Wheelen yang diterjemahkan oleh Agung (2003:4) menyatakan bahwa Manajemen Strategis adalah :

“Serangkaian keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan jangka panjang. Manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategi/perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian”.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah keputusan untuk melakukan tindakan-tindakan untuk mengarahkan manusia kepada penyusunan rencana atau strategi-strategi yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Certo dalam Yunus (2016:4) mengemukakan bahwa manajemen strategi sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan perusahaan/organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Certo menggambarkan dua elemen utama manajemen strategi. Elemen pertama manajemen strategi dalam sebuah perusahaan berkaitan dengan proses yang berjalan. Elemen

kedua, manajemen strategi adalah studi tentang mengapa sebuah perusahaan mampu mengalahkan perusahaan lainnya.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi merupakan suatu rencana yang memiliki jangka panjang waktu tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang berorientasi kepada masa yang akan datang dengan tujuan yang jelas, manajemen strategi sebagai proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi. Maka dari itu terdapat proses dalam melaksanakan manajemen strategi adapun menurut Riva'i dalam Yunus (2016:14) mengemukakan proses manajemen strategi sebagai berikut :

- a. Perumusan Strategi (Formulating Strategy)
- b. Penerapan Strategi (Implementing strategy)
- c. Evaluasi (evaluating)

Menurut Hunger dan Wheelen yang diterjemahkan oleh Agung (2003:12) model pelaksanaan manajemen strategis sebagai berikut :

- a. Pengamatan Lingkungan
- b. Perumusan Strategi
- c. Implementasi Strategi
- d. Evaluasi dan Pengendalian

Dari uraian tahapan manajemen strategi tersebut, dapat dipahami konsep manajemen strategi untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dapat mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang atau perencanaan jangka panjang, secara keseluruhan konsep

manajemen strategi dapat dibagi menjadi beberapa bagian yang berurutan.

- a. Analisis perubahan dan persiapan penyusunan
- b. Diagnosis kelembagaan dan analisis situasi
- c. Formulasi strategi
- d. Pelaksanaan strategi
- e. Pengendalian strategi

2. Pengertian Strategi

Akar kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu 'strategos'. Strategos terbentuk dari kata stratos yang berarti militer dan kata -ag yang berarti memimpin dalam (dunia) militer.

Menurut Young dalam Salusu (2015:71) mendefinisikan "Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan".

Berdasarkan pendapat ahli tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah cara yang dilakukan untuk mencapai sasaran dengan menggunakan sumber daya suatu organisasi dengan efektif dan dapat menguntungkan.

Menurut Clausewitz dalam Yunus (2016:11) mendefinisikan strategi sebagai "Suatu Seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan".

Menurut pendapat ahli tersebut peneliti dapat menyimpulkan bahwa strategi adalah rencana yang terintegritas dan meningkatkan keunggulan strategi organisasi dengan cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki organisasi

dengan demikian tujuan organisasi akan tercapai.

Tujuan dari strategi tersebut, diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan metode yang sesuai. Pada organisasi yang sedang berjalan realisasi yang efektif dan efisien namun tidak mencapai tujuan organisasi dapat menimbulkan evaluasi terhadap program strategi atau tujuan organisasi. Selanjutnya evaluasi tersebut dapat juga menyebabkan perubahan terhadap program strategi atau tujuan organisasi. Kata strategi merupakan kata sifat yang menjelaskan implementasi strategi.

Menurut Certo dalam Yunus (2016:163), strategi berarti menjalankan strategi dengan perencanaan, target waktu, dan tujuan yang jelas. Menurut Ohmae dalam Yunus (2016:164) berpikir strategi akan menghasilkan penyelesaian yang lebih kreatif dan berbeda bentuknya daripada berpikir secara mekanik intuisi.

Menurut Chandler dalam Umar (2016:16) mengemukakan strategi “merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya”. Porter dalam Umar (2016:16) mengungkapkan “strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”. Marrus dalam Umar (2016:16) mengatakan bahwa “strategi sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai”.

Para eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dengan meyakinkan. Untuk itu, Hatten dan Hatten dalam Salusu (2015) memberi beberapa petunjuk bagaimana

suatu strategi dibuat sehingga ia bisa sukses.

- a. Strategi harus konsisten dengan lingkungannya. Jangan membuat strategi yang melawan arus. Ikutilah arus perkembangan dalam masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.
- b. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi. Tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila ada banyak strategi yang dibuat maka strategi yang satu harus konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang. Semua strategi hendaknya diserasikan satu dengan yang lainnya.
- d. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan sumber daya dan tidak menceraikan satu dengan yang lain. Persaingan tidak sehat antara berbagai unit kerja dalam suatu organisasi sering kali mengklaim sumber dayanya, membiarkannya terpisah dari unit kerja lainnya sehingga kekuatan-kekuatan yang tidak menyatu itu justru merugikan posisi organisasi.
- e. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik kelemahannya. Selain itu, hendaknya juga memanfaatkan kelemahan pesaing dan membuat langkah-langkah yang tepat untuk menempati posisi kompetitif yang lebih kuat.
- f. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis. Mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, anda harus membuat sesuatu yang layak dan dapat dilaksanakan.
- g. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. Memang setiap strategi mengandung resiko, tetapi harus berhati-hati sehingga tidak menjerumuskan

organisasi ke dalam lubang yang besar. Oleh sebab itu, suatu strategi harus dapat selalu dikontrol.

- h. Strategi hendaknya disusun di atas landasan keberhasilan yang telah dicapai. Jangan menyusun strategi di atas kegagalan.
- i. Tanda-tanda dari suksesnya strategi dinampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dan terutama dari para eksekutif dan semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

3. Analisis SWOT

Manajemen strategi adalah sebuah pengambilan keputusan oleh seorang manajer dan bawahannya untuk meningkatkan kinerja dalam sebuah organisasi dengan tujuan mampu mencapai apa yang dicita-citakan di masa yang akan datang. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan organisasi. Dengan demikian perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis. Model analisis yang dapat digunakan dalam kondisi ini yaitu analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weakness) internal perusahaan dengan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT juga merupakan sarana bantu bagi perencana strategi guna memformulasikan dan mengimplementasikan strategi-strategi untuk mencapai tujuan.

Analisis SWOT pula menggunakan pendekatan matriks. Matriks ini mengkombinasikan kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman untuk menentukan alternatif strategi perusahaan, ada empat macam

strategi yang bisa diidentifikasi dengan matriks SWOT :

- a. Strategi Opportunities Strength (OS) atau peluang kekuatan (PEKU). Strategi ini memanfaatkan peluang yang ada dengan jalan mengoptimalkan kekuatan internal perusahaan.
- b. Strategi Opportunities Weakness (OW) atau Peluang Kelemahan (PEKA), strategi ini menitikberatkan pada memperbaiki kelemahan organisasi dengan cara mengambil manfaat dari peluang yang ada.
- c. Strategi Threat-Weakness (TW) atau Ancaman Kelemahan (AKA). Strategi ini mengatasi kelemahan yang ada dengan cara menghindari ancaman.
- d. Strategi Threat-Strength (TS) atau Ancaman Kekuatan (AKU). Strategi ini menggunakan kekuatan perusahaan dengan menghindari ancaman yang ada.

C. Pembahasan

Strategi yang efektif mencakup hubungan yang konsisten dari satu faktor yaitu: Strategi Opportunities Strength, Strategi Opportunities Weakness, Strategi Threat Weakness, Strategi Threat-Strength. Dalam hal ini peneliti menggabungkan indikator dari analisis SWOT, adapun pembahasan yang dapat peneliti paparkan seperti berikut:

1. Strategy Opportunities Strength (OS)

Strategi ini memanfaatkan peluang yang ada dengan jalan mengoptimalkan kekuatan internal organisasi. Dengan peluang yang ada yaitu keterbukaan masyarakat terhadap pengembangan Rumah Adat, hasil budaya yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat serta Rumah

Adat tersebut berpeluang untuk menjadi objek wisata edukasi, budaya, sejarah dan kearifan lokal Kabupaten Bandung. Didukung dengan adanya kekuatan yang dimiliki diantaranya yaitu Juru Pelihara yang masih konsisten dalam mengelola, memelihara dan merawat Rumah Adat tersebut, nilai-nilai budaya, sejarah dan edukasi yang dimiliki, serta Rumah Adat yang dijadikan sebagai percontohan pelestarian Cagar Budaya. Maka Strategy Opportunities Strength yang dapat dilakukan diantaranya dengan menjadikan Rumah Adat sebagai objek kunjungan dari program Desa Wisata, memaksimalkan pengelolaan Rumah Adat Cikondang dan Situs Bumi Alit Kabuyutan dengan melibatkan masyarakat sekitar, menciptakan produk yang bernilai ekonomi sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memanfaatkan nilai budaya dan sejarah, serta dengan memaksimalkan pelestarian Rumah Adat agar dapat meningkatkan kunjungan dan mempertahankan Rumah Adat sebagai objek percontohan pelestarian Cagar Budaya.

2. Strategy Opportunities Weakness (OW)

Strategi ini menitik beratkan pada memperbaiki kelemahan dengan cara mengambil peluang yang ada. Dengan kelemahan yang dimiliki diantaranya yaitu belum adanya regulasi untuk perlindungan Cagar Budaya di Kabupaten Bandung, belum adanya Tim Ahli Cagar Budaya di Kabupaten Bandung, sarana prasarana yang belum memadai, kurangnya aksesibilitas, dan kurangnya promosi Rumah Adat, serta SDM yang belum optimal dan paradigma masyarakat yang masih kuat mempercayai hukum adat setempat.

Adanya peluang seperti yang dipaparkan pada poin sebelumnya dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan tersebut, sehingga alternatif strategi untuk memperbaiki kelemahan dengan cara mengambil peluang diantaranya yaitu membuat regulasi untuk melindungi Cagar Budaya di Kabupaten Bandung serta mengadakan Tim Ahli Cagar Budaya, memperbaiki dan menambah sarana prasarana serta aksesibilitas untuk menunjang pengembangan objek wisata Rumah Adat, menciptakan produk yang dapat menghasilkan nilai secara ekonomi, menambah SDM yang dapat mengelola Rumah Adat tersebut dan mensosialisasikan kepada masyarakat tentang pentingnya pengembangan Rumah Adat.

3. Strategy Threat Weakness (TW)

Strategi ini mengatasi kelemahan yang ada dengan cara menghindari ancaman. Ancaman dari proses pengembangan Rumah Adat ini diantaranya yaitu adanya objek wisata berbasis edukasi di daerah lain, kurangnya minat masyarakat terhadap wisata budaya, sejarah, dan edukasi, kerusakan dan musnahnya Rumah Adat serta munculnya akulturasi dan asimilasi budaya. Hal-hal tersebut dapat dihindari dengan mengatasi kelemahan yang dimiliki Rumah Adat di Kabupaten Bandung seperti yang telah dipaparkan pada poin sebelumnya. Sehingga alternatif strategi yang dapat dilakukan diantaranya yaitu meningkatkan promosi Rumah Adat agar keberadaannya dapat diketahui serta dapat menarik minat pengunjung, menciptakan SDM yang berkualitas sehingga dapat dijadikan Tim Ahli Cagar Budaya dan SDM yang dapat mengelola Rumah Adat tersebut, menyusun kebijakan yang dapat melindungi Rumah Adat dari kerusakan, kemusnahan serta menghindari akulturasi

dan asimilasi kebudayaan yang dimiliki Rumah Adat Cikondang.

4. Strategy Threat Strenght (TS)

Strategi ini menggunakan kekuatan dengan menghindari ancaman yang ada. Berdasarkan kekuatan dan ancaman yang dimiliki oleh Rumah Adat seperti yang telah dipaparkan pada poin-poin sebelumnya, maka untuk menghindari ancaman dengan menggunakan kekuatan yang ada, alternatif strategi yang dapat dilaksanakan yaitu menciptakan inovasi yang berhubungan dengan nilai budaya, sejarah, edukasi dan kearifan lokal dari Rumah Adat di Kabupaten Bandung yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk mengunjungi Rumah Adat tersebut, memaksimalkan pengelolaan, pemeliharaan dan perawatan Rumah Adat tersebut, serta harus konsisten mensosialisasikan dan melestarikan kebudayaan yang ada di masing-masing Rumah Adat guna menghindari akulturasi dan asimilasi budaya.

D. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Strategi Pengembangan Wisata Rumah Adat di Kabupaten, maka penulis dapat memberikan suatu kesimpulan sebagai berikut:

- a. Di dalam strategi pengembangan Wisata Rumah Adat yang dapat dilakukan yaitu melakukan perlindungan, pemanfaatan serta pengembangan sesuai dengan amanat UU RI No. 11 tahun 2010 dengan mendorong situs Rumah Adat di Kabupaten Bandung untuk menjadi destinasi wisata edukasi, budaya, sejarah dan kearifan lokal.

- b. Di dalam proses Pengembangan Wisata Rumah Adat, terdapat beberapa hambatan seperti syarat administrasi yang belum terpenuhi contohnya seperti salah satu Rumah Adat yaitu Rumah Adat Cikondang dengan lahan yang belum bersertifikat, selain itu adanya pola pikir masyarakat yang masih mengedepankan hukum adat di atas hukum formal sehingga menjadi hambatan di dalam mengatur regulasi untuk pengembangan wisata Rumah Adat di Kabupaten Bandung.
- c. Upaya yang dapat dilakukan pada proses pengembangan wisata Rumah Adat yaitu dengan memaksimalkan kekuatan yang dimiliki Rumah Adat serta memanfaatkan peluang yang ada. Sehingga pengembangan wisata Rumah Adat dapat dilakukan dengan baik.

2. Saran

Setelah peneliti mengemukakan kesimpulan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas. Selanjutnya penulis mengajukan beberapa saran, yaitu dengan meningkatkan promosi wisata Rumah Adat agar lebih diketahui keberadaannya dengan strategi promosi yang dapat menarik orang untuk mengunjungi Rumah Adat di Kabupaten Bandung, memperbaiki dan memaksimalkan sarana prasarana serta aksesibilitas pada setiap Rumah Adat agar dapat meningkatkan kunjungan, menciptakan daya tarik Rumah Adat seperti mengemas cerita sejarah Rumah Adat serta nilai budaya yang dimiliki melalui media yang dapat menarik perhatian pengunjung, mengedukasi masyarakat tentang pentingnya aspek pelestarian serta memberikan pelatihan agar masyarakat setempat dapat berdaya untuk berkontribusi dalam hal pengembangan

wisata Rumah Adat. Contohnya seperti pemberian pelatihan dan pendampingan untuk pembuatan produk khas yang nantinya diharapkan hal tersebut dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sehingga hasilnya dapat digunakan untuk pemeliharaan Rumah Adat tersebut serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Julianto, 2003 Manajemen Strategis, Andi, Yogyakarta
- Keban, T. Yeremias, 2004 Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Gava Media, Yogyakarta
- Salusu, 2015 Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit, PT Gramedia Widiasarana, Jakarta
- Sedarmayanti, 2014 Rencana dan Pengembangan Sdm Untuk Meningkatkan Kompetensi, Kinerja, Dan Produktivitas Kerja, PT Rika Aditama, Bandung
- Yunus, Eddy, 2016 Manajemen Strategis, Andi, Yogyakarta

Sumber lain :

Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya.

Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat No. 11 tahun 2012 tentang Pelestarian Warisan Budaya Jawa Barat.